

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami kemajuan yang pesat. Perkembangan teknologi seluler telah mengubah gaya hidup manusia. Keberadaan telepon seluler (ponsel), yang semula merupakan barang mewah, telah berubah menjadi perangkat komunikasi sekaligus kebutuhan pribadi masyarakat modern. Bahkan bagi sebagian orang, ponsel merupakan suatu kebutuhan wajib, karena dengan ponsel ditangan, tidak hanya urusan kantor yang beres, tetapi urusan keluargapun tidak terabaikan, dan dengan adanya ponsel juga dapat dihubungi atau menghubungi kapan saja dan dimana saja.

Sejalan dengan perkembangan ponsel dan kebutuhan masyarakat akan ponsel yang meningkat, masing-masing operator kartu ponsel saling berlomba-lomba untuk menyajikan sesuatu yang terbaik bagi konsumen. Masing-masing dari kartu ponsel saling menonjolkan berbagai kelebihan yang dimiliki seperti IM3 yang sering menerapkan kebijakan tarif pulsa rendah, kartu ponsel Mentari yang juga menawarkan sistem *debt* pulsa, dimana meskipun pulsa habis pelanggan dapat menggunakan "*call service*" kartu tersebut dengan perhitungan sewaktu pengisian pulsa kembali. Masing-masing operator kartu telpon seluler mempunyai strategi yang saling berbeda agar keberadaan produk yang ditawarkan menancap kuat di benak konsumen. Masing-masing operator kartu ponsel saling menonjolkan kelebihan yang dimiliki untuk mampu memicu ketertarikan konsumen yang merupakan awal dari munculnya keputusan pembelian. Fenomena ini mencerminkan bahwa masing-masing operator kartu ponsel saling berlomba-lomba untuk memikat minat pembelian konsumen dan berarti pula telah terjadi persaingan yang ketat di antara operator kartu telpon seluler untuk meraih pelanggan sebanyak-banyaknya.

Menjawab persaingan yang semakin ketat tersebut, maka Telkom melakukan terobosan-terobosan dengan mengeluarkan produk baru yaitu *flexiphone*. *Flexiphone* merupakan jenis produk yang dikeluarkan oleh Telkom

yang memiliki beberapa kelebihan seperti pembayaran tagihan bulanan bagi pelanggan *flexiphone*, pembayaran secara *online*. Sistem pembayaran *online* ini, menawarkan kepraktisan karena pelanggan dapat memilih cara pembayaran yang disukai seperti melalui teller bank, ATM, autodebet, atau pembayaran melalui kartu kredit. Hal ini dilakukan untuk memberi kemudahan bagi pelanggan. Kemudian untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya, kini telkom memberi dua pilihan pembayaran pulsa *flexiphone* yaitu Prabayar dan Pasca Bayar.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak telkom dengan meningkatkan kinerja *flexiphone* dimaksudkan untuk memberi layanan yang lebih baik untuk pelanggannya. Agar upaya-upaya tersebut mengenai sasaran sesuai dengan keinginan konsumen, maka perlu diketahui kepentingan konsumen pada atribut-atribut *flexiphone*.

Berpijak pada uraian tersebut di atas maka perlu dilakukan penelitian mengenai tingkat kepentingan dan kualitas aktual yang diterima konsumen pada atribut-atribut produk *flexiphone*, sehingga nantinya dapat dipakai sebagai informasi untuk pengembangan (peningkatan kualitas) *flexiphone* sesuai dengan kepentingan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan *flexiphone*.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan di atas maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Sejauhmana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja *flexiphone* ditinjau antara kualitas aktual yang diterima dengan kualitas yang diharapkan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja *flexiphone* ditinjau dari kualitas aktual yang diterima dengan kualitas yang diharapkan konsumen di Surabaya.

1.4. Batasan dan Asumsi

Permasalahan yang dianalisis dalam penelitian ini dibatasi pada atribut-atribut kualitas yang meliputi kinerja, pelayanan, keandalan, dan karakteristik produk.

Asumsi atau anggapan dasar perlu dikemukakan agar mekanisme pemecahan masalah yang diajukan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Asumsi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan impor produk komunikasi tidak berubah.
- b. Konsumen rasional dalam menilai atribut-atribut kualitas *flexiphone*.
- c. Responden sudah mengerti tentang *flexiphone* yang dijadikan obyek penelitian.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman atas materi-materi yang dibahas dalam skripsi ini, maka berikut ini akan penulis uraikan secara garis besar isi dari masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan penulis uraikan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan dan asumsi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang dapat digunakan sebagai pijakan untuk pemecahan masalah dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas alat ukur, dan teknik analisis data.

BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data, dan pengolahan data.

BAB V: ANALISA DAN INTERPRETASI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang analisis data, interpretasi hasil analisis dan pembahasan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran sebagai masukan bagi perusahaan.